

мерсанта»); министра обороны РФ С.К. Шойгу, мэра г. Москвы С.С. Собянина (более всего – редакции газет: «Комсомольская правда», «Московский комсомолец»)), что, безусловно, объясняется их сходными типологическими свойствами. Эффективность метода обусловлена высоким уровнем доверия к представителям данной группы, их высоким социальным статусом, личными достоинствами.

Выборочный подбор информации. Российские СМИ используют специальный подбор и использование и преимущественно применяют факты, являющиеся выгодными с точки зрения скрытого влияния на массовое сознание. Подобные тенденции свойственны также рекламе, избирательным технологиям, иным социально-политическим процессам.

Ценностно-эмоциональное манипулирование. Использование слов, относящихся к основным ценностям общества и убедительных без дополнительной информации. Применяя данную технологию, внимание СМИ обращено к таким индикаторам, как дом, семья, демократия, здоровье.

Метод исторических аналогий представляет собой конструирование метафор, программирующих объект воздействия. Его частотность объясняется тем, что в истории почти всегда можно найти необходимый пример относительно рассматриваемой проблемы.

Анализ показал, что своеобразие манипулятивных медиаподходов определяется двумя ключевыми факторами: во-первых, общими политическими условиями в стране; во-вторых, информационной политикой самого масс-медиа, его учредителя, их желанием и умением оказать влияние на общественно-политическую ситуацию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дзялошинский И.М. Манипулятивные технологии в масс-медиа // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 Журналистика. 2005. № 1. С. 29-54.
2. Шейнов В.П. Манипулирование сознанием. Минск: Харвест, 2010. 768 с.
3. Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью. М.: Изд-во Эксмо, 2003. 384 с.

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ИНТЕРНЕТ-СМИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

А.Н. Гильманова,

Казанский (Приволжский) федеральный университет, доцент

E-mail: boss1001@yandex.ru

Аннотация: типологическая модель Интернет-СМИ Татарстана на наш взгляд состоит из трех самостоятельных элементов: а) самостоятельные Интернет-издания, не имеющие печатных версий; б) Интернет-версии традиционных СМИ: газеты, телевидение, радио, информационные агентства; в) кор-

поративные и муниципальные Интернет-СМИ. В каждом из сегментов действуют СМИ на русском и татарском языках.

Ключевые слова: Интернет-СМИ, сайт газеты, радио, информационного агентства, корпоративные СМИ.

Summary: in our opinion a typological model of Tatarstan Internet media consists of three independent elements: a) an independent Internet publication, which haven't printed versions; b) the Internet version of the traditional media: newspapers, television, radio, news agencies; c) corporate and municipal Internet media. There are the media in Russian and Tatar languages in each segment.

Keywords: Internet media, newspapers, radio, news agencies, corporate media.

В Республике Татарстан функционирует развитая система массовой информации. Всего в Татарстане работают 768 СМИ, 122 из них издаются на татарском языке [1].

Традиционные СМИ стремятся к «диагональной модели роста» [2, С.50], при которой расширяются информационные каналы распространения контента. Интернет рассматривается как одна из информационных платформ для доступа к массовой аудитории.

По данным Министерства информатизации и связи РТ, в Татарстане уровень проникновения услуг широкополосного доступа в сеть Интернет достиг 70%. Количество пользователей Интернета составляет более 2,6 млн. абонентов, из них более 1 млн. 282 тыс. – абоненты широкополосного доступа (ШПД) в сеть Интернет по технологиям xDsl, Ethernet, Wi-Fi, WiMax, 3G, 4G.

Татарский сегмент Интернета, Татнет, составляет порядка девяти с половиной тысяч сайтов, форумов, блогов. Наиболее популярны 1 700, около 400 Интернет-проектов из них – на татарском языке.

Типологическая модель Интернет-СМИ Татарстана, на наш взгляд, состоит из трех самостоятельных элементов: а) самостоятельных Интернет-изданий, не имеющих печатных версий; б) Интернет-версий традиционных СМИ: газет, телекомпаний, радиостанций, информационных агентств; в) корпоративных и муниципальных Интернет-СМИ. В каждом из сегментов действуют СМИ на русском и татарском языках. К наиболее рейтинговым Интернет-СМИ можно отнести: «Бизнес online», «Татар-информ», «kazanfist.ru», «intertat.ru», «innovanews.ru», «tatcenter.ru», «kazan24.ru».

К самостоятельным Интернет-СМИ, не имеющим печатных версий, можно отнести газету «Бизнес online» (<http://www.business-gazeta.ru/>). Проект стартовал в 2008 г., в первый же год существования он выбился в лидеры среди СМИ. Учредителем газеты является ООО «Бизнес Медиа Холдинг». В «Бизнес online» привлекаются известные в республике журналисты, на сайте газеты поднимаются актуальные для общества, а главное – запретные для государственных СМИ темы: клановость политической элиты республики, коррумпированность бизнеса. Издание является экономически успешным и самостоятельным, в состав его учредителей не входят государственные структуры и крупные бизнес-

группы. По данным информационно-аналитической системы «Медиалогия», в Топ-30 самых цитируемых федеральных Интернет-ресурсов за май 2014 г. газета «Бизнес online» занимала 13 место, а в рейтинге самых цитируемых региональных СМИ по Татарстану за 1 квартал 2014 г. газета «Бизнес online» на первом месте [3].

На втором месте по цитируемости информационное агентство РТ «Татар-информ» (<http://www.tatar-inform.ru/>). «Татар-информ» работает на республиканском информационном рынке более 20 лет. Ежедневно, 24 часа в сутки, «Татар-информ» производит до 250 информационных сообщений на русском, до 40 оригинальных – на татарском (собственная информация, не повторяющая русскоязычную версию, в том числе на латинице для татар, проживающих в странах Дальнего зарубежья) и около 25-30 на английском языках. В целом за месяц прочитывается около 1 млн. материалов агентства. Учредителем ИА «Татар-информ» является государственная организация ОАО «Татмедиа». В рейтинге самых цитируемых региональных СМИ по Республике Татарстан за первый квартал 2014 г. ИА «Татар-информ» занимало второе место.

Редакция республиканской электронной газеты «Intertat.ru» является первым Интернет-изданием Татарстана и создана в 2002 г. В составе редакции действуют самостоятельные русская и татарская редакции. Работает версия газеты на латинице для татароязычных диаспор, проживающих за рубежом. Учредителем СМИ является ОАО «Татмедиа».

Среди Интернет-версий традиционных СМИ в Татарстане лидируют издания: «Челнинские известия» (www.chelny-izvest.ru), «Вечерняя Казань» (<http://www.evening-kazan.ru/>), «Комсомольская правда-Казань» (<http://kazan.kp.ru/>), «Челны ЛТД» (<http://www.chelnyltd.ru/>), «Аргументы и Факты-Казань» (<http://www.kazan.aif.ru/>), «Казанские ведомости» (<http://www.kazved.ru/>), «Открытое информационное агентство» (<http://openinform.ru/about/>), «Новая Кама» (<http://www.elabuga-rt.ru/>), «Зеленодольская правда» (<http://zpravda.ru/>), телекомпания «Эфир-24» (<http://www.efir24.tv/>).

Сайт газеты «Челнинские известия» входит в четверку самых цитируемых изданий Татарстана. Является старейшим городским изданием. Выходит с декабря 1930 г. Учредитель – ОАО «Татмедиа», 90% тиража газеты распространяется по подписке.

Газета «Вечерняя Казань» – одно из первых независимых изданий в Республике Татарстан. Издается с 1979 г. Учредители: ООО «Издательский дом “Вечерняя Казань”», ООО «Редакция газеты “Вечерняя Казань”». Общий тираж – 20 700 экземпляров, подписной тираж: 20 400 экземпляров. Сайт газеты зарегистрирован как электронное СМИ.

«Эфир-24» – это сайт круглосуточного информационного телеканала, который каждый день транслирует новости Казани и Республики Татарстан. Зона охвата распространяется на Казань, Набережные Челны, Нижнекамск, Альметьевск и другие города Татарстана.

Следующим самостоятельным элементом типологической модели Интернет-СМИ Татарстана, на наш взгляд, являются корпоративные и муниципальные Интернет-СМИ.

Муниципальные СМИ, газеты, радио, телеканалы районов РТ, входят в медиахолдинг ОАО «Татмедиа»: 99 республиканских, городских, районных газет, 94 сайта СМИ РТ в сети Интернет, 25 городских и районных телеканалов, 13 городских и районных радиостанций.

Корпоративные СМИ активно развиваются в Казани, Набережных Челнах, Альметьевске и Нижнекамске. Этот сегмент прессы в Татарстане сосредоточен вокруг крупных нефтехимических предприятий. Большая часть корпоративных СМИ издается в при градообразующих предприятиях и преобразовались в городские СМИ из заводских многотиражек. К таким изданиям мы относим СМИ ОАО «Татнефть» (<http://www.tatneft.ru>): журнал «Нефть и газ», «Нефтяная газета»; ОАО «Нижнекамскнефтехим» (<http://www.nknh.ru>): газета «Нефтехимик», ведомственная телевизионная студия «Нефтехим» (выпуск телепрограммы «Неделя»), радио «Ретро FM-Нефтехим» 105,1 (новости на русском и татарском языках); ОАО «КамАЗ» (<http://www.kamaz.ru>): газета «Вести КамАЗа», журнал «КамАЗ», телепрограмма «Вести КамАЗа»; ОАО «Татэнерго» (<http://www.tatenergo.ru>) – газета «Наша энергия».

ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИК

1. Республиканское агентство по печати и массовым коммуникациям. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://tatmedia.tatarstan.ru/rus/report.htm> (режим доступа – свободный)
2. *Вартанова Е.Л.* Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003. 336 с.
3. Информационно-аналитическая система Медиалогия. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: http://www.mlg.ru/ratings/regional_media/3053/33/2014/1/ (режим доступа – свободный)

ПОНЯТИЙНО-ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ ПО КУРСУ «ДЕЛОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА»

М.А. Городничева,

Московский институт телевидения и радиовещания «Останкино», доцент

E-mail: marisat@yandex.ru

Аннотация: статья посвящена формированию понятийно-терминологического словаря по курсу «Деловая журналистика». Автор рассматривает дискуссионные вопросы терминологии и делится методическими наработками.

Ключевые слова: деловая журналистика, понятийно-терминологический аппарат, глоссарий, жанр, типология.